

White Milano tornerà dal 22 al 25 febbraio con 320 aziende, di cui il 40% internazionali

White prepara il ritorno negli spazi del Tortona fashion district dal 22 al 25 febbraio con 320 aziende, leggermente al di sopra dei risultati della scorsa edizione invernale del salone che si aggiravano sulla cifra tonda. Di questi, il 40% sarà rappresentato dall'estero. Una quota importante che il salone vuole potenziare, scommettendo sulla liaison con i Paesi emergenti. «La prima novità è



che partiamo di giovedì e non di venerdì, abbiamo rivisto le date dopo le analisi dei flussi della fashion week. Puntiamo alle 23 mila presenze. Il nostro obiettivo sarà internazionalizzarci di più e innovarci, in linea con il momento di grande cambiamento che il settore sta vivendo», ha spiegato Massimiliano Bizzi, fondatore e art director di White (nella foto, una campagna di Prototype am). Il numero uno del salone ha quindi citato i progetti in primo piano, a partire da Expo White, che porterà sotto i riflettori i designer dai mercati più promettenti per il futuro del comparto, cioè da Arabia Saudita, Armenia, Qatar, Sudafrica e Sudamerica. Gli ha fatto eco Matteo Masini, neo dirigente di Ice per l'ufficio beni di consumo. «Dobbiamo trovare nuovi mercati e adattare l'offerta Made in Italy», ha spiegato Masini. Accanto, anche l'iniziativa White village, che avrà attivazioni aperte al pubblico. «I consumi stanno cambiando, la moda deve essere attuale, dato che è una grande opportunità per Milano, soprattutto in campo fieristico. Deve iniziare ad approcciare anche un concetto be to see, che coinvolga la città», ha proseguito Bizzi. (riproduzione riservata)

